Prodejní vodítka

Návod „jak k tomu přistoupit“

Najdi člověka za zájmem

Identifikuj je

Co je pro ně důležité?
Naslouchej jejich motivaci, životnímu stylu a aktuálním prioritám — ne jen kategorii, do které zdánlivě patří.

Spirituální: propojení, uvědomění, intuice, osobní praxe

Profesionál: výsledky pro klienty, odlišení, nové služby, obchodní hodnota

Zdravotní stavy: podpora, kvalita života, posílení vlastních schopností, doplnění stávající péče

Biohacker: výkon, regenerace, odolnost, optimalizace, experimentování

Zeptej se jich

Kde je mezera?
Neptej se jen na to, co už dělají. Zjisti, co **ještě chtějí zlepšit, zažít nebo prozkoumat.**

Propoj jejich potřeby
Propoj jejich motivaci se správným příběhem.
Použij informace, které ti dají, k výběru příběhu cílové skupiny, který je nejrelevantnější jejich světu.

Klíčový princip
Nezačínej produktem. Začni člověkem.

Od konverzací k možnostem

Ukaž jim

Udělej produkt relevantní k tomu, co ti právě řekli.
Nepředstavuj úplně všechno. Zdůrazni schopnosti, aplikace a výhody, které nejpřirozeněji souvisí s jejich motivací.

→

...Rozšiř

Otevři další možnost.
Ukaž, jak by produkt mohl doplnit to, co už dělají. Jejich životní styl, praxi, profesionální nabídku nebo osobní zdravotní rutinu.

→

...a pak se zeptej

„Jak si představuješ, že by to zapadlo do tvého života?“

Tato otázka posune konverzaci od **informací**
→ k představivosti
→ k osobní relevanci.

ZLATÉ PRAVIDLO

Lidé nekupují více informací.

Jednají, když se vidí v dané možnosti.

Rozmanitost lidí

Nezaškatulkovávej lidi tak rychle

Lidé nepřicházejí v krabičkách.
Přicházejí s motivacemi.

Jeden člověk může mít několik vstupních bodů:

- **Biohacker**
  „Chci porozumět svému tělu a optimalizovat ho.“
- **Spiritualista**
  „Chci prohloubit svoje propojení a uvědomění.“
- **Profesionál**
  „Vidím příležitost pro své klienty a svůj byznys.“
- **Hledač podpory**
  „Chci aktivně podporovat sám/sama sebe.“

Chyba:
Snažit se rozhodnout, **čím ten člověk je.**

Příležitost:
Objevit, **co ten člověk chce.**

NEJSILNĚJŠÍ MOTIVACE JE TVŮJ VSTUPNÍ BOD.

Nezačínej kategorií, která daného člověka nejlépe popisuje. **Začni motivací, která ho nejvíc žene dopředu.**

Nevybírej člověka.
Nech ho vybrat si dveře.

Naslouchej

O čem opakovaně mluví? Co je nadchne? Jaký problém, touha nebo zvědavost se stále vrací?

Urči

Která motivace je nejsilnější?

PROPOJENÍ → Spiritualista
OPTIMALIZACE → Biohacker
DOPAD → Profesionál
SEBEPODPORA → Zdravotní stavy

Veď – Začni **jedněmi dveřmi** — motivací, na které jim už záleží.

Vrstvi – Jakmile je zájem navázán, přidej další rozměry, které s nimi opravdu rezonují.



Nástroje a materiály

Prodej, marketing a školení

Backoffice od 2. listopadu 2026



8stránková produktová brožura a 1stránkový produktový leták

Komplexní informace po ruce



Reklamní video

Vstup do nového světa personalizovaného wellness

Nové Healy Social

healy SOCIAL

Poháněno AI tvorba obsahu pro sociální sítě pro členy

Objevuj, tvoř, sdílej a **zapojuj se** s oficiálním hlasem společnosti, a to vše při **100% souladu s předpisy**.

Nová firemní + prodejní prezentace

Školicí prezentace Academy

Duplikuj a prosperuj se svým týmem

Produktové rollupy

Zvyš povědomí a viditelnost

Děkujeme, že sdílíš Healy



Healy International B.V.
Paterswoldseweg 806 | 9728 Groningen | Netherlands
www.healy.world | contact@healy.world